



RIVO.
STUDIO



A VIDA DOS BRASILEIROS ACONTECE NAS TELAS E, PRINCIPALMENTE, ACONTECE EM VÍDEO

Conteúdo em vídeo alcança 99,63% da população brasileira

Fonte: kantariopemedia.com

QUASE A
TOTALIDADE DA
POPULAÇÃO TEM
ACESSO A PELO
MENOS DUAS
TELAS



Consequência

- Troca constante de aplicativos e formatos
- Vídeo curto educou o cérebro para “troca rápida”
- Pessoas/usuários precisam ser conquistados a cada segundo

Fonte: gente.globo.com

ENTRAMOS
EM MODO DE
ECONOMIA DE
ATENÇÃO

Atenção = moeda escassa

Retenção virou o KPI
silencioso

QUEM RETÉM, INFLUENCIA

NOTÍCIA É O GÊNERO MAIS BUSCADO
MAS POR QUE
ALGUNS JORNAIS
ESTÃO PERDENDO
AUDIÊNCIA?

Fonte: gente.globo.com

“mesmice”

FALTA DE
VARIACÃO E
NARRATIVA

NO AMBIENTE DE MULTITELAS,
PREVISIBILIDADE É O ATALHO
MAIS RÁPIDO PARA PERDER
ATENÇÃO.

Fonte: gente.globo.com

O público quer **burlar** essa sensação de “mesmice”

Audiovisual cria **emoção**, emoção cria **confiança**

Para marcas, isso é ouro: quando existe confiança, existe abertura para mensagem.

Fonte: gente.globo.com

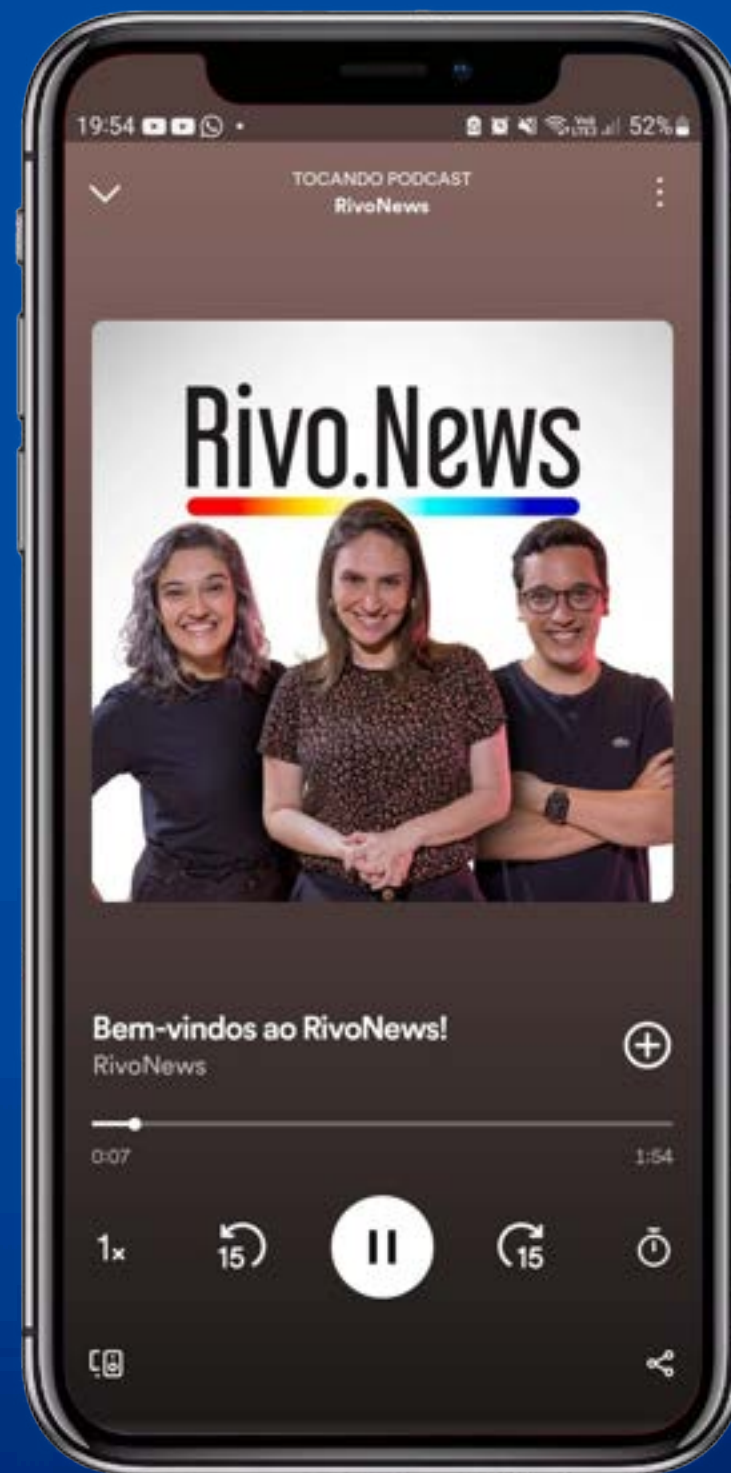
No momento em que a “mesmice” domina,

**ALGUÉM
PRECISA**

ditar o **R**itmo
trazer a **I**nformação
conduzir a **V**oz
colocar o **O**lhar

Esse alguém é o Rivo

MAS AFINAL, O QUE É O RIVO?



Para o **mercado**
Novo veículo audiovisual que entrega **informação, projetado para reter atenção**

Para o **público**
Novo veículo audiovisual que entrega **informação com leveza, bom humor e personalidade**

QUEM FAZ ACONTECER?



Manuela Musitano

Jornalista com passagem por grandes lugares, como FIOCRUZ, ONU e pela Marinha do Brasil, onde exerceu o cargo de RP do Gabinete do Comando do Corpo de Fuzileiros Navais.

Cecilia Flesch

Jornalista com quase 20 anos de experiência na mídia tradicional, sendo 15 deles na apresentação de telejornais ao vivo na GloboNews.

Gabriel Wainer

Formado em Publicidade e Jornalismo, trabalhou dois anos no Estadão como repórter e mais quatro anos como editor de política na GloboNews. Apresentador da rádio Gaúcha..

Thiago Vidal

Jornalista, dirigiu importantes podcasts como o Positivamente com Karina Bacchi, o W/Cast com Washington Olivetto e o PodFalar, Galvão!

Theo Fava

Jornalista com uma trajetória marcada por anos de experiências internacionais. Produtor de todos os produtos Rivo.

PERSONALIDADES QUE
CRIARAM UM AMBIENTE
ABERTO A OPINIÕES
DIVERSAS, ONDE A
MENSAGEM É RECEBIDA
COM CONFIANÇA

@margôcarnaes749 há 2 meses

Definitivamente, a melhor maneira de se informar é o RivoNews! 🙌🙌🙌

@alexandremmucci há 2 meses

Parabéns pela maratona jornalística. Muito bom o programa.

@margôcarnaes749 há 2 meses

Quando a gente pensa que o programa passado foi insuperável, lá vêm vocês e ultrapassam o sar RivoNews! 🙌🙌🙌🙌

@lucianaleal8426 há 2 meses

Parabéns pelo programa!!!! A gente precisa de jornalismo e informação de f

@chrisleal4513 há 2 meses

Queridos, pq vocês não fazem uma serie pra entender de politica, ou pelo menos das posições atuais, antes melhor.

@ElaineFonseca-s3q1c há 2 meses

Que programa, atualizações com humor é tudo que essa semana precisava, obrigada [Rivo.News](#).

@soraiacolli4408 há 2 meses

Sou nova no canal. Obrigada pelas 4 horas de muita informação e entretenimento. Há meses atrás eu assisti o Rivo Talks com o pelo Peninha. Se soubesse que era tão bom o trabalho jornalístico da turma, eu tinha ficado. Sucesso.

@chrisleal4513 há 2 meses

Estava ouvindo podcast mas mudei pra ver a fofoca. Rindo por fora mas por dentro essa semana b

@paulagveronese9283 há 2 meses

Com vocês as gargalhadas sempre estão garantidas! Desejo ainda mais sucesso ao noticiário do país, nosso amadíssimo RIVONEWS! 😄😄😄

PRESENTE EM MÚLTIPLAS PLATAFORMAS

YOUTUBE

1 MILHÃO DE
VISUALIZAÇÕES

200 MIL HORAS
CONSUMIDAS

66 MIL INTERAÇÕES

Média por Mês

INSTAGRAM

1.8 MILHÕES DE VISUALIZAÇÕES
134 MIL SEGUIDORES
125 MIL INTERAÇÕES

Média por Mês

SPOTIFY

+ DE 83 MIL VISUALIZAÇÕES
29 MIL HORAS CONSUMIDAS

Média por Mês

KWAI

11 MIL SEGUIDORES

X/TWITTER

2 MIL SEGUIDORES

FACEBOOK

96 MIL VISUALIZAÇÕES
4 MIL INTERAÇÕES

Média por Mês

TIKTOK

1.5 MILHÕES DE VISUALIZAÇÕES
137 MIL SEGUIDORES
76 MIL INTERAÇÕES

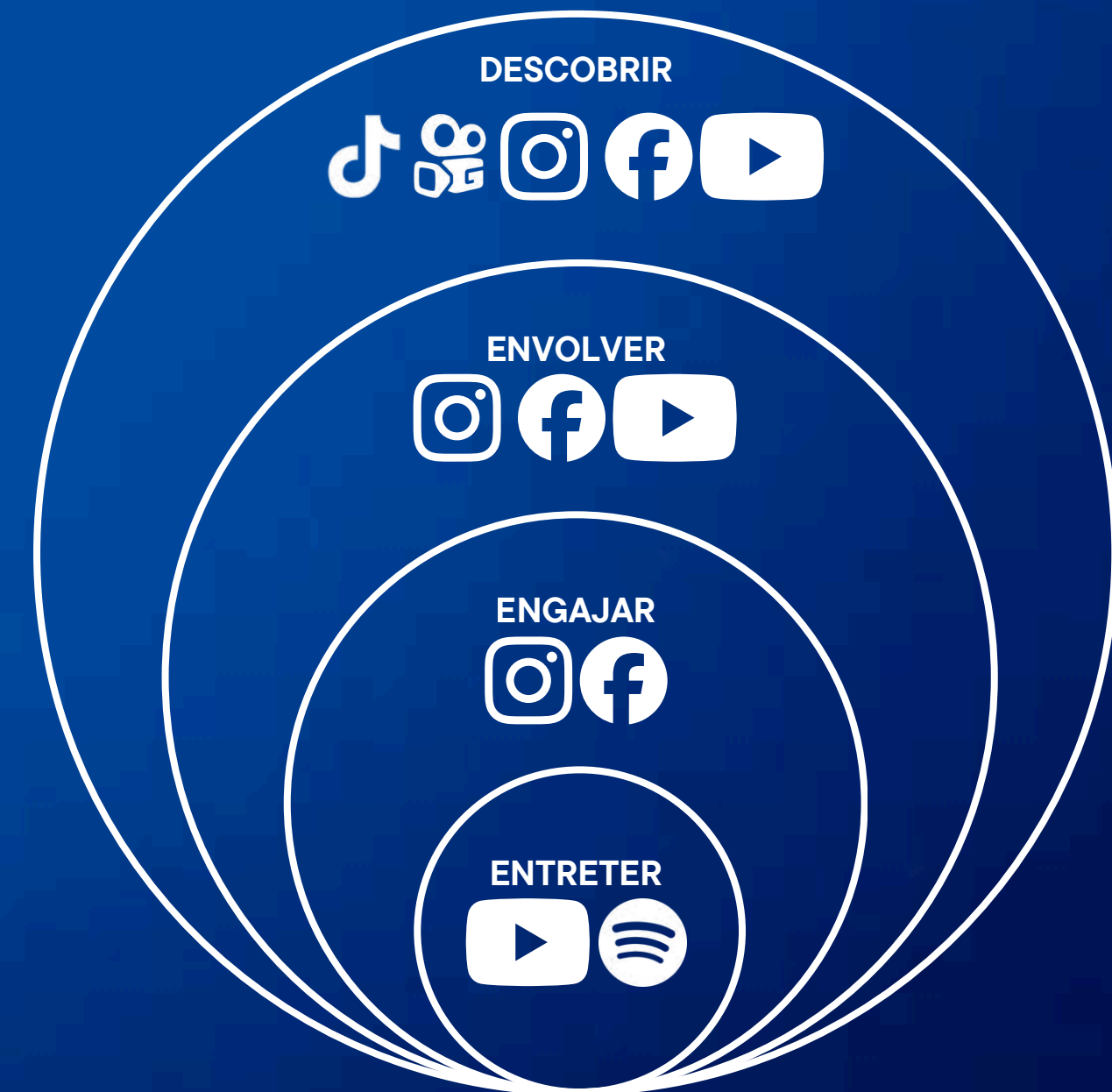
Média por Mês

THREADS

8 MIL SEGUIDORES

ESTRATÉGIA DE CONTEÚDOS PARA CADA MOMENTO E EXPERIÊNCIA

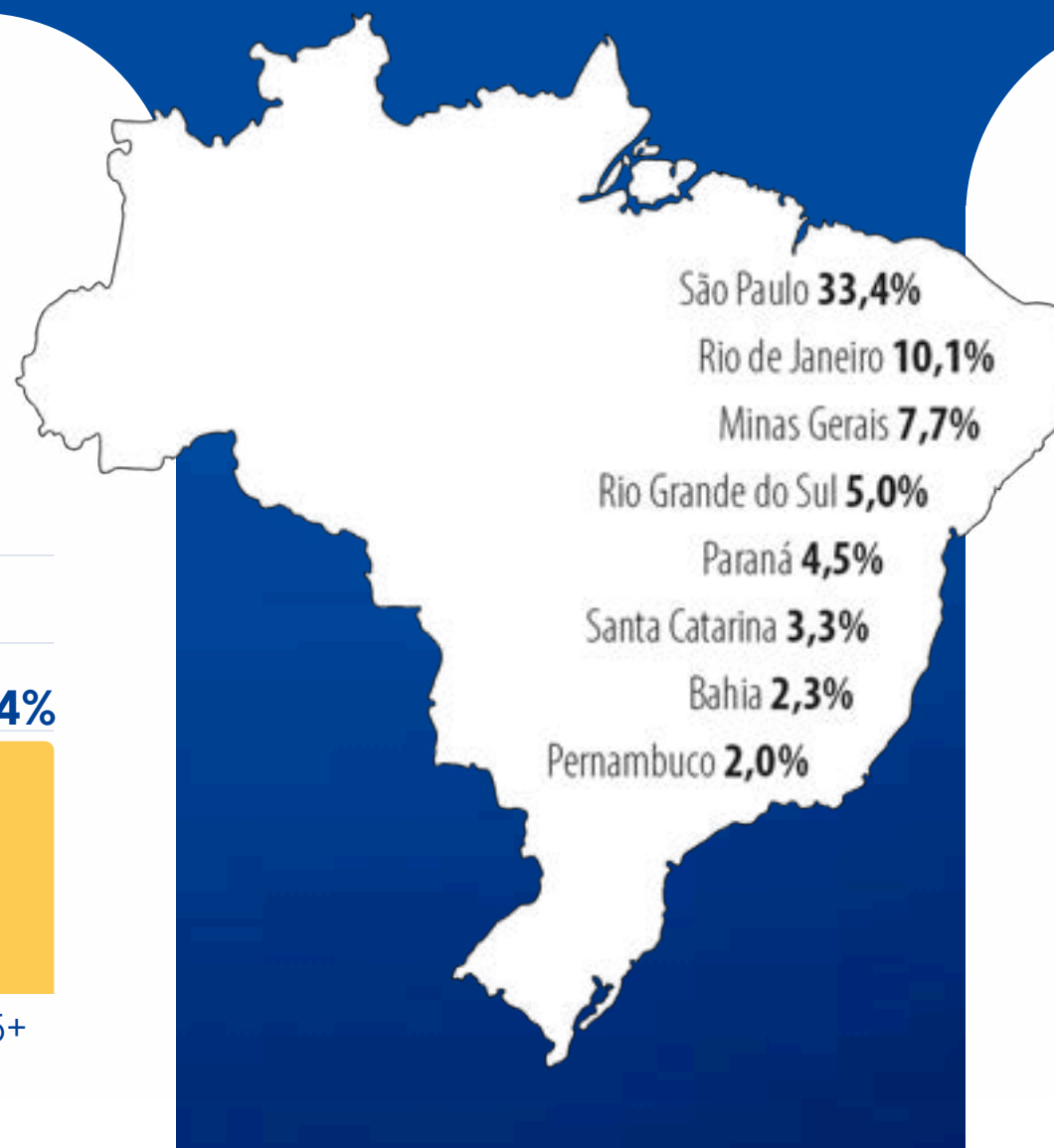
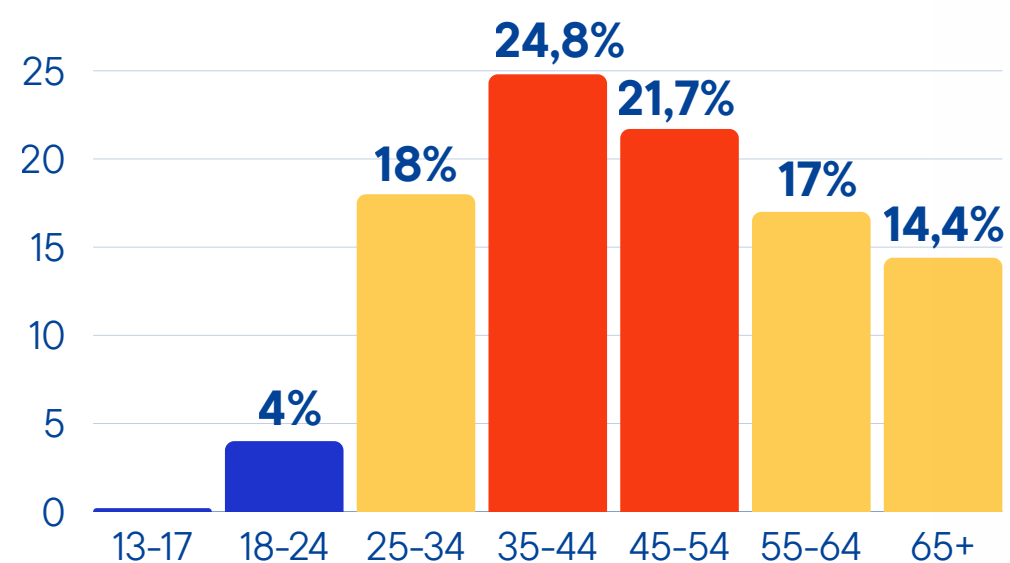
UM EPISÓDIO, INÚMEROS CONTEÚDOS



NOS PROGRAMAS, A CONVERSA ACONTECE COM DIVERSOS PÚBLICOS

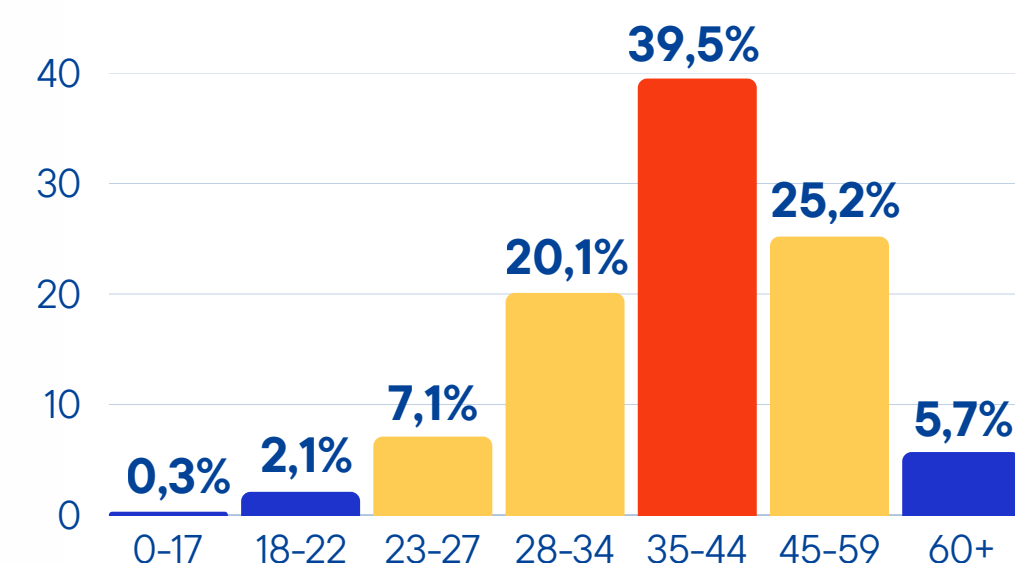
YOUTUBE

♂ **69,6%** ♀ **30,4%**



SPOTIFY

♂ **35,7%** ♀ **62%**



PROGRAMAS

RIVO.
talks

RIVO.
NEWS



RIVONEWS

Análise dos principais temas discutidos no momento, tanto na mídia tradicional quanto nas redes sociais

- AO VIVO TODA SEXTA-FEIRA, ÀS 12H30
- APRESENTADO POR CECILIA, GABRIEL E MANU
- RESUMO DE NOTÍCIAS COM **BOM HUMOR, SARCASMO E DESCONTRAÇÃO**
- DURAÇÃO DE APROXIMADAMENTE 3 HORAS

ALWAYS ON  

ÁUDIO e AUDIOVISUAL

1x SEMANA (ao vivo)



O QUE É O RIVONEWS PELA COMUNIDADE?

@MarcioMonteiro-zb1xg 📩 há 6 meses

Ficar informado com essa leveza não tem preço

@ElaineFonseca-s3q1c há 2 meses

Que programa, atualizações com humor é tudo que essa semana precisava, obrigada [Rivo.News](#).

@paulagveronese9283 📩 há 2 meses

Com vocês as gargalhadas sempre estão garantidas! Desejo ainda mais sucesso ao melhor e mais descontraído noticiário do país, nosso amadíssimo RIVONEWS! 🥰🥰🥰

RIVO.NEWS

YT ÍNTEGRA

Views

421,1K em 2025
(138% acima de 2024)

Watch time (horas)

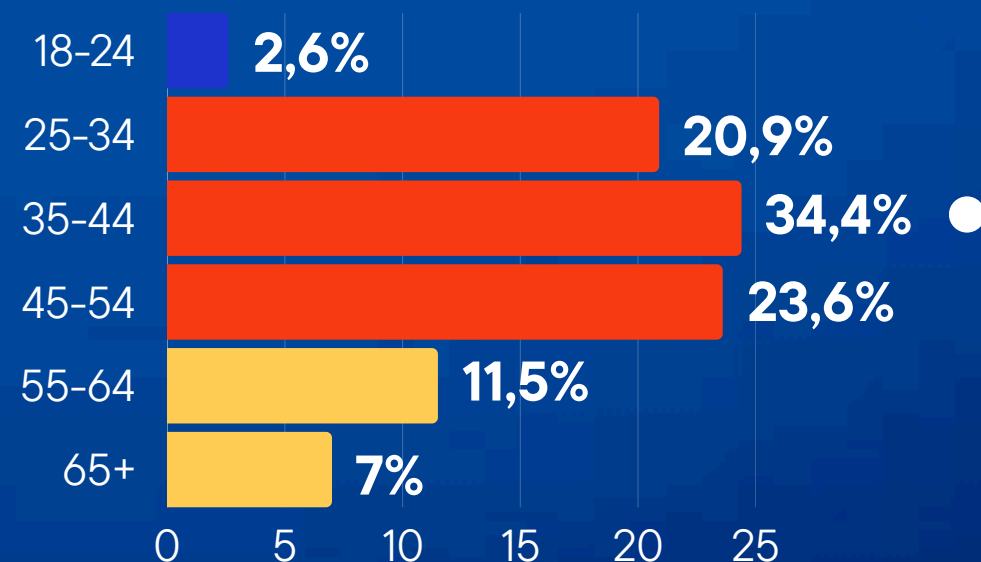
224,4K em 2025
(161% acima de 2024)

**Crescimento
significativo**

Público

♂ 51,4%

♀ 48,6%



Quem assistiu

- 79,8% inscritos
- 20,2% não inscritos

Aparelho

- 46,5% celular
- 29,5% TV
- 19,9% computador
- 4,1% tablet

Regiões

- 37,8% São Paulo
- 13% Rio de Janeiro
- 7,4% Minas Gerais
- 7% Rio Grande do Sul
- 4,4% Paraná
- 4,1% Santa Catarina

RIVO.NEWS

YT CORTES

Views

1,9M em 2025
(538% acima de 2024)

Watch time (horas)

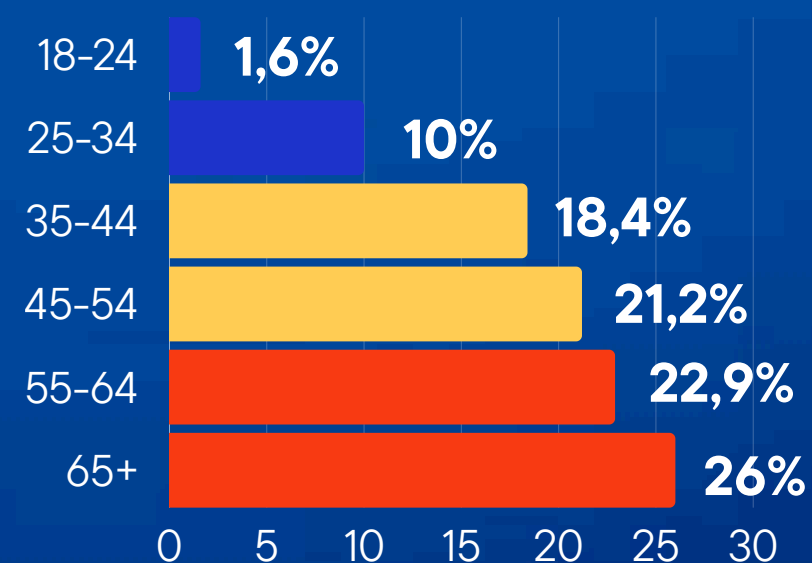
184,4K em 2025
(520% acima de 2024)

**Crescimento
significativo**

Público

♂ 70,4%

♀ 29,6%



Quem assistiu

- 26,8% inscritos
- 73,2% não inscritos

Aparelho

- 56,2% celular
- 30,8% TV
- 10,4% computador
- 2,6% tablet

Regiões

- 29,6% São Paulo
- 11,2% Rio de Janeiro
- 9,4% Minas Gerais
- 5,5% Rio Grande do Sul
- 4,8% Bahia
- 4,7% Paraná

RIVOTALKS

Entrevista em que os apresentadores chegam para a conversa **com um estudo aprofundado da vida dos convidados** com um objetivo: deixá-los à vontade para **conversas inéditas.**

- TODA TERÇA-FEIRA, ÀS 19H30, COM CHAT AO VIVO (PROGRAMA É GRAVADO ANTES)
- APRESENTADO POR CECILIA E GABRIEL
- ENTREVISTA DESCONTRAÍDA COM CONVIDADOS
- DURAÇÃO DE APROXIMADAMENTE DUAS HORAS

ALWAYS ON  

ÁUDIO e AUDIOVISUAL

1x SEMANA

O QUE É O RIVOTALKS PELA COMUNIDADE?

@laishp1 há 3 semanas

Que diferença essa entrevista, saiu dos clichés, fez perguntas interessantes e conheci mais do Paul ❤️
Queria ver mais disso nos outros programas

@denilsonandrade1108 há 7 meses

Simplesmente amei ter convidados os dois juntos pra esse papo, nossa excelente e os dois co host ótimos sabem ouvir e perguntar na hora certa

@magnolia220 há 3 semanas

Otima entrevista! Cecília, parabéns pela sua pesquisa tão primorosa que deixa sempre os entrevistados surpresos e até assustados 😊! Excelente!

RIVOTALKS

YT ÍNTEGRA

Views

1,9M em 2025
(22% acima de 2024)

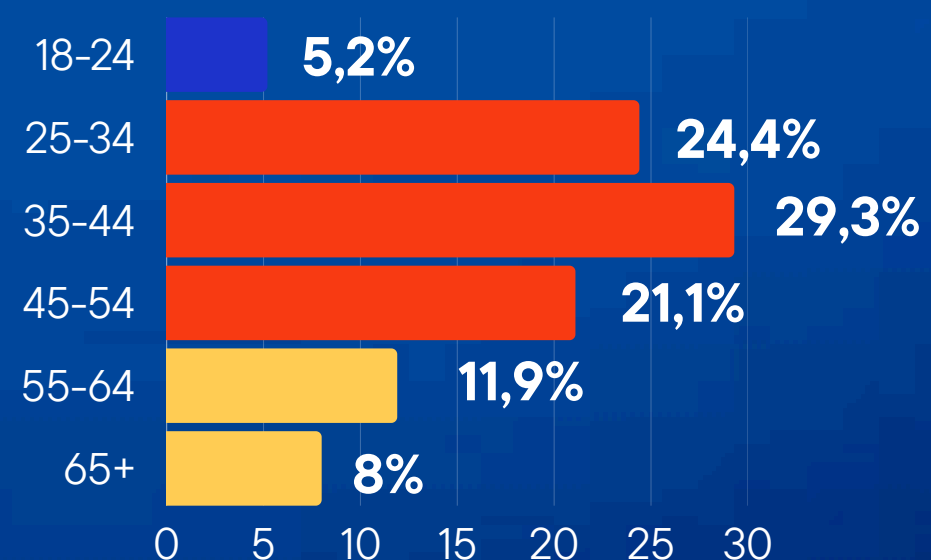
Watch time (horas)

1,1M em 2025
(34% acima de 2024)

**Crescimento
significativo**

Público

65,5%
34,5%



Quem assistiu

- 18,2% inscritos
- 81,8% não inscritos

Aparelho

- 59,9% celular
- 24,5% TV
- 12,8% computador
- 2,9% tablet

Regiões

- 32,9% São Paulo
- 8,9% Rio de Janeiro
- 6,8% Minas Gerais
- 5,2% Rio Grande do Sul
- 3,8% Paraná
- 3,1% Santa Catarina

RIVOTALKS

YT CORTES

Views

7,7M em 2025
(90% acima de 2024)

Watch time (horas)

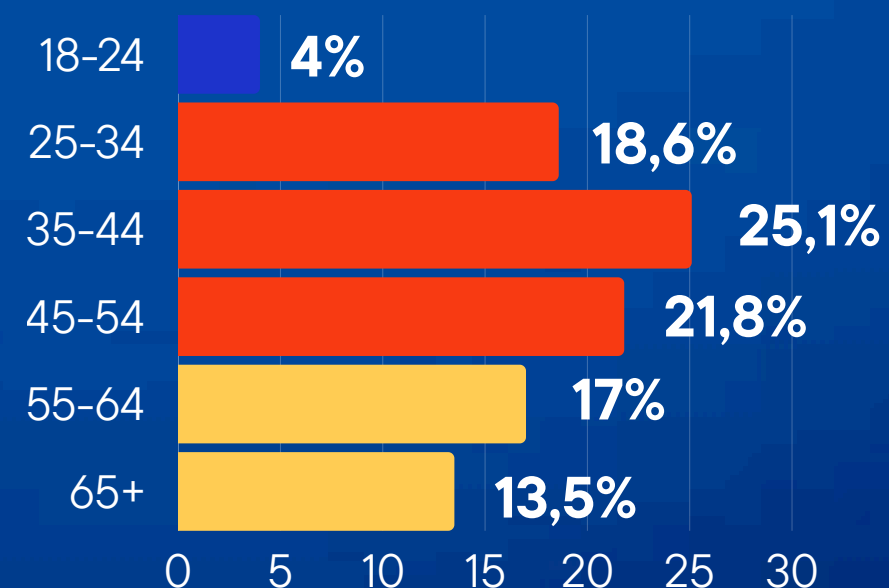
833,8K em 2025
(123% acima de 2024)

**Crescimento
significativo**

Público

♂ 76,2%

♀ 23,8%



Quem assistiu

- 5,2% inscritos
- 94,8% não inscritos

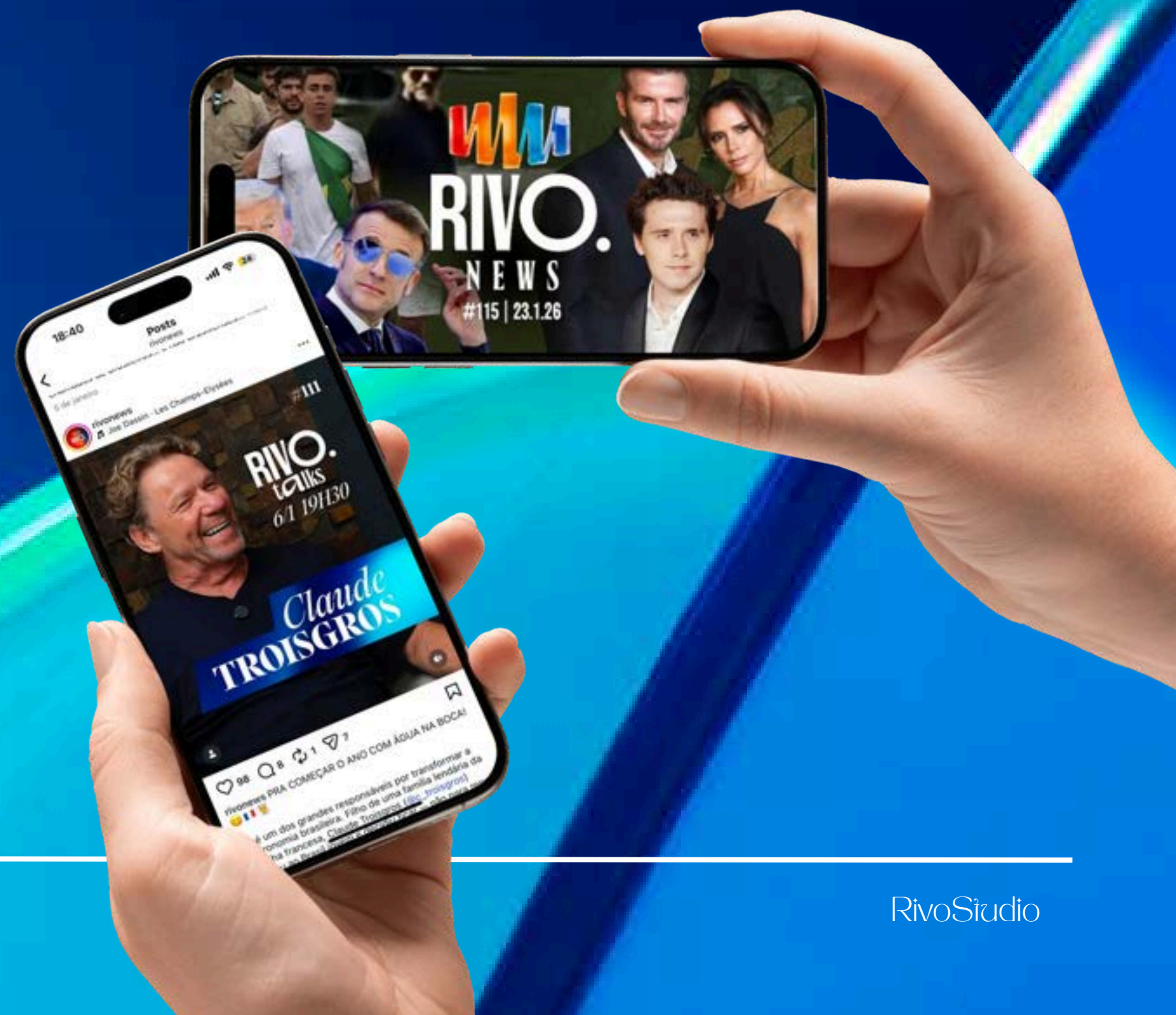
Aparelho

- 56,8% celular
- 28,8% TV
- 12,4% computador
- 1,9% tablet

Regiões

- 31,1% São Paulo
- 11% Rio de Janeiro
- 8,2% Minas Gerais
- 5% Rio Grande do Sul
- 4,5% Paraná
- 4,3% Bahia

OFERTA COMERCIAL



RivoNews e RivoTalks

PATROCÍNIO

Posiciona a marca como **parceira oficial do programa**, garantindo presença consistente e recorrente ao longo de toda a experiência dos episódios. Esta cota combina formatos de awareness e conversão para uma jornada completa.

1	Ação de Merchan	Youtube e Spotify
4	Logo em looping	
4	Logo em tela de abertura e fechamento	
4	Logo em tela de estúdio	
4	Citação	
4	Link na descrição da live	
4	Formato em L + QR Code	
4	VT 30"	
4	Link no chat	
4	GC da marca	
8	Assinatura em Recortes	
4	Assinatura em story	Instagram e Facebook
4	Assinatura em post feed	Instagram, Facebook, X e Threads
8	Assinatura em recortes + Menção final + Link	Youtube e Facebook



R\$ 62.000
Valor mensal por programa
3 cotas disponíveis

RivoNews e RivoTalks

APOIO

Posiciona a marca como **parceira oficial do programa** garantindo presença consistente e recorrente ao longo de toda a experiência do programa.

4	Logo em looping	Youtube e Spotify
4	Logo em tela de abertura e fechamento	
4	Logo em tela de estúdio	
4	Citação	
4	Link na descrição da live	
8	Assinatura em Recortes	Youtube, Instagram, Facebook, X, Threads, Tik Tok e Kwai
4	Assinatura em story	Instagram e Facebook
4	Assinatura em post feed	Instagram, Facebook, X e Threads
8	Assinatura em recortes + Menção final + Link	Youtube e Facebook

Valor mensal por programa: R\$ 32.000

3 cotas disponíveis



RivoNews e RivoTalks

COTA MASTER

Posiciona a marca como **grande parceira do canal**, garantindo todos os aproveitamentos da cota patrocínio de ambos programas - RivoNews e RivoTalks. Adicionalmente o patrocinador Master recebe 1 ação de conteúdo a mais mensalmente, a ser usada no programa de sua escolha.

Valor mensal: R\$ 100.000



Ação avulsa

MERCHAN

Ação de conteúdo realizada pelos comunicadores a partir do briefing da marca. A ação envolve **texto com qualificação** do produto e acompanha um GC com mensagem contextualizada, formato em L e QR Code.

Duração mínima: 1 minuto.

Locais:	YouTube e Spotify
Disponível em:	RivoNews e RivoTalks

Valor por ação: R\$ 30.000



Ação avulsa

PRODUCT PLACEMENT

Ação de conteúdo com **exposição orgânica e contextualizada do produto** ao longo do episódio, com consumo/interação espontânea dos apresentadores.

Exibição	YouTube e Spotify
Disponibilidade	RivoNews e RivoTalks

Valor por ação R\$ 17.000



Ação avulsa

PRESENTE DO CONVIDADO

Entrega de kit da marca ao convidado ao final do episódio, realizada em cena, como gesto de agradecimento e extensão da experiência vivida no conteúdo.

- O produto é apresentado e oferecido ao convidado como parte da experiência do conteúdo.

Exibição	YouTube e Spotify
Disponibilidade	RivoTalks

Valor por ação R\$ 30.000

Ação mínima de 4 episódios.



Ação customizada

MOMENTO DA MARCA

Ação de marca customizada, desenvolvida a partir do briefing do cliente.

Permite a inserção da marca em pode ser um quadro naming, um bloco de notícias com determinada temática, uma pergunta.

Os aproveitamentos e canais contemplados variam conforme o objetivo da marca. Mínimo de 4 episódios.

Valor sob consulta





RIVO.
STUDIO

